

迅銷有限公司 2019 財政年度上半年 (2018 年 9 月-2019 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2018年8月止年度		2019年8月止年度			
	上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	全年度預計	按年變動
收益	11,867	21,300	12,676	(+6.8%)	23,000	(+8.0%)
毛利 (佔收益比率)	5,856 49.3%	10,499 49.3%	6,067 47.9%	(+3.6%) (-1.4p)	-	-
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	4,036 34.0%	7,974 37.4%	4,334 34.2%	(+7.4%) (+0.2p)	-	-
事業溢利 (佔收益比率)	1,819 15.3%	2,524 11.9%	1,733 13.7%	(-4.8%) (-1.6p)	2,650 11.5%	(+5.0%) (-0.4p)
經營溢利 (佔收益比率)	1,704 14.4%	2,362 11.1%	1,729 13.6%	(+1.4%) (-0.8p)	2,600 11.3%	(+10.1%) (+0.2p)
所得稅前溢利 (佔收益比率)	1,651 13.9%	2,426 11.4%	1,742 13.7%	(+5.5%) (-0.2p)	2,600 11.3%	(+7.1%) (-0.1p)
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	1,041 8.8%	1,548 7.3%	1,140 9.0%	(+9.5%) (+0.2p)	1,650 7.2%	(+6.6%) (-0.1p)

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2018年8月止年度		2019年8月止年度		
		上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	
日本UNIQLO	收益	4,936	8,647	4,913	(-0.5%)	
	事業溢利 (佔收益比率)	888 18.0%	1,201 13.9%	676 13.8%	(-23.9%) (-4.2p)	
	經營溢利 (佔收益比率)	887 18.0%	1,190 13.8%	677 13.8%	(-23.7%) (-4.2p)	
	海外UNIQLO	收益	5,074	8,963	5,800	(+14.3%)
海外UNIQLO	事業溢利 (佔收益比率)	808 15.9%	1,206 13.5%	886 15.3%	(+9.6%) (-0.6p)	
	經營溢利 (佔收益比率)	807 15.9%	1,188 13.3%	884 15.3%	(+9.6%) (-0.6p)	
	GU	收益	1,058	2,118	1,171	(+10.7%)
	GU	事業溢利 (佔收益比率)	90 8.5%	119 5.6%	141 12.0%	(+56.1%) (+3.5p)
經營溢利 (佔收益比率)		91 8.6%	117 5.6%	141 12.1%	(+54.3%) (+3.5p)	
全球品牌		收益	784	1,544	777	(-0.9%)
全球品牌		事業溢利 (佔收益比率)	33 4.2%	62 4.1%	32 4.2%	(-2.3%) -
	經營溢利 (佔收益比率)	-56 -	-41 -	31 4.0%	- -	

註：「事業溢利」指收益總額扣除銷售成本，以及銷售、一般及行政開支後的溢利。

【業績報告摘要】

■ 2019 財政年度上半年綜合業績：收益、溢利雙增長，創下最高紀錄

· 綜合收益總額達 12,676 億日圓，較上年度同期增長 6.8%；經營溢利總額達 1,729 億日圓，同比增長 1.4%；期間所得稅前綜合溢利達 1,742 億日圓，同比增長 5.5%；母公司擁有人應佔溢利達 1,140 億日圓，同比增

長 9.5%。

- 上半年度的收益、經營溢利、所得稅前溢利、母公司擁有人應佔溢利均刷新歷年來最高紀錄。

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：受暖冬影響，收益、溢利下降

· 期間收益為 4,913 億日圓，同比下降 0.5%，經營溢利為 677 億日圓，同比下降 23.7%，錄得收益、溢利雙雙下降。

· 受暖冬影響，上半年同店銷售淨額同比下降 0.9%。不過，由於 12 月過後氣溫下降，促使第二季度同店銷售淨額轉而錄得同比增長 2.8%。網路商店銷售則持續表現強勁，上半年度銷售額同比增長 30.3%，佔收益比例從 7.5% 增至 9.9%。

· 收益方面，因第二季度加大折扣促銷力度，使得毛利率同比下降 3.3 個百分點。人事費用比率雖有所改善，但整體銷售、一般及行政開支佔收益比率同比增加 1.0 個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益、溢利雙增長，業績持續表現穩健

· 上半年的收益達 5,800 億日圓，同比增長 14.3%，經營溢利達 884 億日圓，同比增長 9.6%，錄得收益、溢利雙增長。

· 按地區來看，其中，中國大陸尤其表現出色，帶動大中華地區整體收益、溢利皆錄得雙位數增長。東南亞及大洋洲地區錄得收益、溢利大幅增長。南韓錄得收益、溢利雙增長。美國在上半年度扭虧為盈。歐洲地區表現則與上年度持平。

■ GU (極優) 事業分部：業績表現持續回復至成長軌道，收益、溢利雙雙錄得大幅增長

· 收益為 1,171 億日圓，同比增長 10.7%，經營溢利達 141 億日圓，同比增長 54.3%，收益、溢利雙雙實現大幅增長。

· 聚焦主流趨勢的商品組成以及配合電視廣告、網絡廣告展開的營銷活動發揮效果，同店銷售淨額轉而錄得增長。

■ 全球品牌事業分部：收益下降而溢利增長，Theory 業績穩健

· 收益為 777 億日圓，同比下降 0.9%，經營溢利達 31 億日圓，同比增長 87 億日圓。

· Theory 業務在美國銷情強勁帶動下，錄得溢利大幅增長。

· Comptoir des Cottonniers 業務延續低迷，錄得經營虧損擴大。

■ 2019 年全年綜合業績預測：因上半年表現未若預期而下調，但全年預測仍處歷年最高水準

· 2019 年全年綜合業績因反映上半年表現未如預期，因而將事業溢利、經營溢利由年度初公布的預估值各向下修正 100 億日圓，但全年度預估仍將連續第三年度刷新歷來紀錄。

· 展望未來，預計全年度綜合收益總額將達 23,000 億日圓，同比增長 8.0%；事業溢利將達 2,650 億日圓，同比增長 5.0%；經營溢利將達 2,600 億日圓，同比增長 10.1%，母公司擁有人應佔年內溢利將達 1,650 億日圓，同比增長 6.6%。

· 預計全年每股股息為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓。

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 受暖冬影響，收益、溢利皆錄得下降

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年上半年度累計收益為 4,913 億日圓 (同比下降 0.5%)，經

營溢利為 677 億日圓（同比下降 23.7%），收益、溢利雙雙錄得下降。同店銷售淨額（包括網路商店）同比下降 0.9%。10 月、11 月受暖冬影響，導致防寒衣物需求減弱，銷情不佳；但 12 月、1 月的低溫使得 HEATTECH、羽絨服、搖粒絨等冬季商品銷情好轉。進入 2 月後，運動衛衣、緊身褲、BLOCKTECH 等春季商品順利上市。網路商店銷售額同比增長 30.3%，表現十分強勁，佔收益比例從上年同期的 7.5% 增至 9.9%。收益方面，因公司內部日圓兌美元匯率走低，致使成本比率上升，加上冬季商品加強折扣促銷，使得毛利率同比下降 3.3 個百分點。另外，銷售、一般及行政開支佔收益比率同比提高 1.0 個百分點。其中，該事業分部在運用電子標籤（RFID）提高生產力並降低人事費用佔比的同時，網路商店銷售增長卻致使物流費用佔比提高，而在擴大推進有明項目相關的 IT 投資之際，亦增加其他開支項下的佔比。本公司於 2018 年 10 月起，正式啟動位於有明物流中心的網路商店自動化倉儲系統。

■ 海外 UNIQLO（優衣庫）收益、溢利雙增長，業績持續向好

在海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，上半年度累計收益為 5,800 億日圓（同比增長 14.3%），經營溢利為 884 億日圓（同比增長 9.6%），從而錄得收益、溢利雙增長。以海外各個地區的業務表現而言，大中華地區雖然受到暖冬影響，收益、溢利依然錄得雙位數增長。其中，中國大陸市場的收益、溢利增長率更保持在約 20% 的高水準。南韓也繼續錄得收益、溢利雙增長。東南亞及大洋洲地區內所有市場的同店銷售淨額均錄得增長，形勢良好，收益、溢利雙雙大幅增長。而美國在上半年度經營溢利亦扭虧為盈。歐洲地區的經營溢利同比持平。上半年度期間，UNIQLO 於 2018 年 9 月在荷蘭阿姆斯特丹開設首間門店，同年 10 月，並於菲律賓馬尼拉開設東南亞地區規模最大的全球旗艦店。

■ GU（極優）業績持續回復成長趨勢，錄得收益、溢利大幅增長

GU（極優）事業分部上半年度累計收益為 1,171 億日圓（同比增長 10.7%），經營溢利為 141 億日圓（同比增長 54.3%），從而錄得收益、溢利雙雙大幅增長。通過聚焦主流趨勢的商品組成，以及緊密配合電視廣告、網絡廣告展開的營銷活動，實現同店銷售淨額增長，業績表現回復至成長軌道。由於銷情強勁，外加控制折扣和整合集中面料，成本率出現改善，毛利率因此改善 3.0 個百分點。銷售、一般及行政開支佔收益比率亦改善 0.5 個百分點，致使溢利錄得大幅增長。

■ 全球品牌收益下降而溢利增長，Theory 表現穩健

全球品牌事業分部上半年度累計收益為 777 億日圓（同比下降 0.9%），經營溢利為 31 億日圓（上年度同期則為虧損 56 億日圓），錄得收益下降而呈現經營溢利。其中，Theory 業務因美國市場銷情強勁，錄得溢利大幅增長。另一方面，法國品牌 Comptoir des Cottonniers 表現不振，繼續錄得虧損。

■ 2019 年全年綜合業績預測：因上半年表現低於預期而向下修正，全年度預估值仍為歷來最高

2019 年全年綜合業績預測方面，為反映上半年度業績表現未若預期，因而將事業溢利、經營溢利由年度初期公布的預估值各向下修正 100 億日圓。但展望全年度，預計綜合收益總額將達 23,000 億日圓，同比增長 8.0%；事業溢利將達 2,650 億日圓，同比增長 5.0%；經營溢利將達 2,600 億日圓，同比增長 10.1%；所得稅前溢利將達 2,600 億日圓，同比增長 7.1%；母公司擁有人應佔年內溢利將達 1,650 億日圓，同比增長 6.6%；連續第三年刷新歷來最高紀錄。

另外，下半年度綜合業績預測雖無變化，但基於目前的銷售態勢來看，各事業分部的收益及溢利預測略有調整，其中，GU（極優）事業將會向上修正，全球品牌事業將向下修正，日本 UNIQLO（優衣庫）事業和海外 UNIQLO（優衣庫）事業則維持原預測水準不變。

預計下半年度日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部將錄得溢利大幅增長，其中主要歸因於成本率下降帶動毛利率改善，以及門店生產率提高等使得經費比率改善。然而，由於上半年溢利下降幅度過大，預計全年度累計業績將錄得收益增長而溢利下降。在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，預估全年度將錄得收益、溢利雙雙大幅增長。下半年度預料整體海外業績將持續由大中華地區、東南亞及大洋洲地區的高度增長帶動，美國市場預期全年度經營溢利亦將可扭虧為盈。GU (極優) 事業分部預計下半年或可延續上半年強勁的復甦趨勢，全年度將錄得收益增長，溢利大幅增長。全球品牌事業分部預計將在 Theory 業務和 PLST 業務的帶動下，全年度錄得收益、溢利雙增長。

在門店總數方面，預計截至 2019 年 8 月底，日本 UNIQLO (優衣庫) 門店總數將達到 827 間 (包括僱員特許經營店)，海外 UNIQLO (優衣庫) 門店數將達到 1,407 間，GU (極優) 門店數將達到 423 間，全球品牌門店數將達到 982 間，集團旗下各品牌門店總數預計將達到 3,639 間。

另外，每股股息料將維持前次預測不變，預計全年股息為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓、期末派息 240 日圓，共計較上年度增派 40 日圓。

投資者(IR)信息：如欲查詢更多有關本公司的業績與相關資訊，請參考以下網頁：

(英文)： <http://www.fastretailing.com/eng/ir/>

(日文)： <http://www.fastretailing.com/jp/ir>